



DataYogurt
資料優格

2017台灣民眾行動上網應用現況

新媒體研究小組

2017.07.20

Index



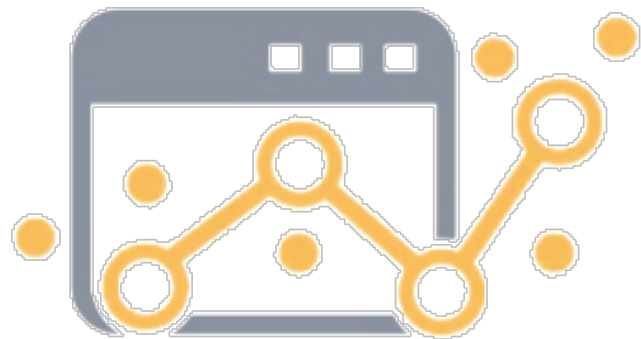
台灣民眾愛用的手機品牌



台灣民眾慣用的連網方式&裝置



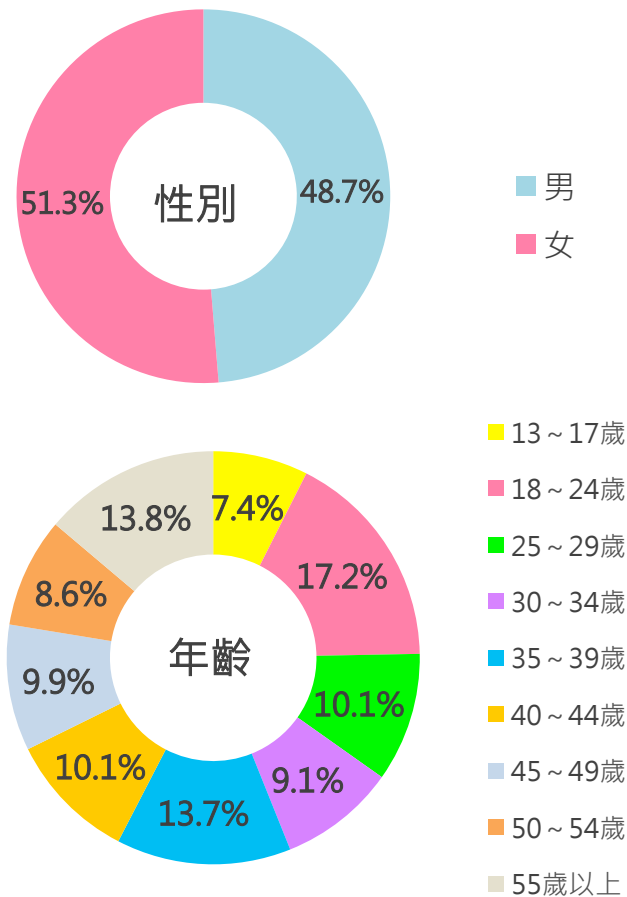
台灣民眾行動上網的主要活動



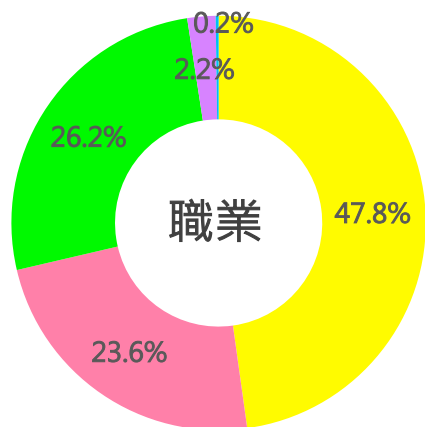
調查時間：
2017.06.04~06.14

調查方法：網路問卷
調查範圍：全臺22個縣市(含外島)
有效樣本：1,316
訪問對象：13歲(含)以上智慧型手機使用者

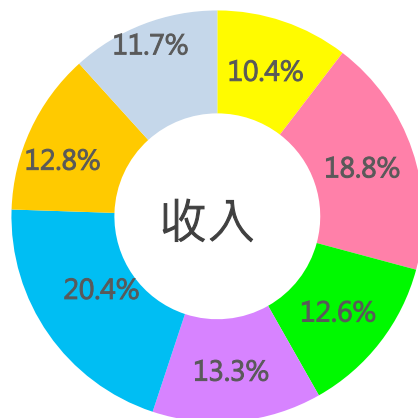
樣本基本資料(1/2)



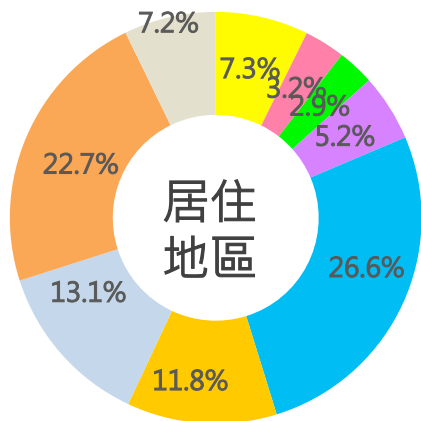
樣本基本資料(2/2)



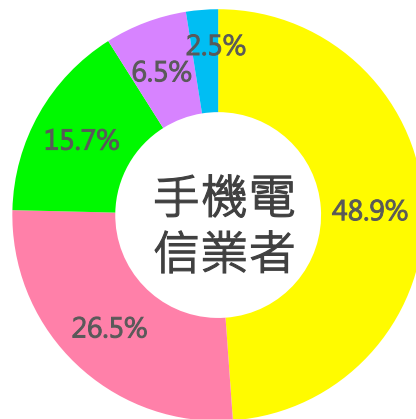
- 北部地區
- 中部地區
- 南部地區
- 東部地區
- 離島地區



- 無收入
- 1萬元以下
- 1萬以上~未滿2萬
- 2萬以上~未滿3萬
- 3萬以上~未滿4萬
- 4萬以上~未滿5萬
- 5萬以上



- 軍警公教
- 自營商/老闆/企業主
- 高階主管/專業技術人士
- 白領主管
- 一般白領上班族
- 勞動工作者
- 家庭主婦
- 學生
- 退休/待業

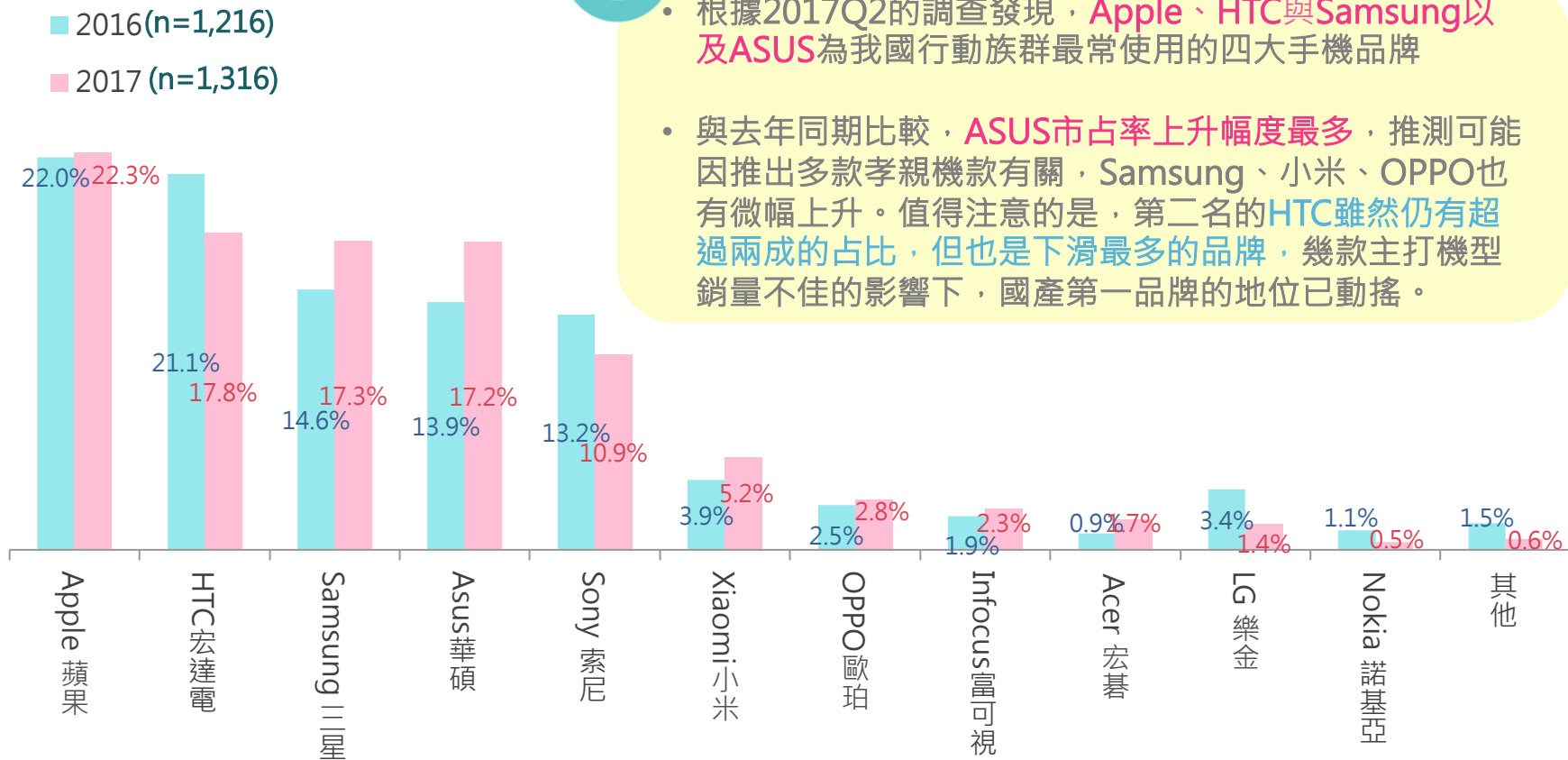


- 中華電信
- 台灣大哥大
- 遠傳電信
- 台灣之星(威寶)
- 亞太電信

智慧型手機品牌

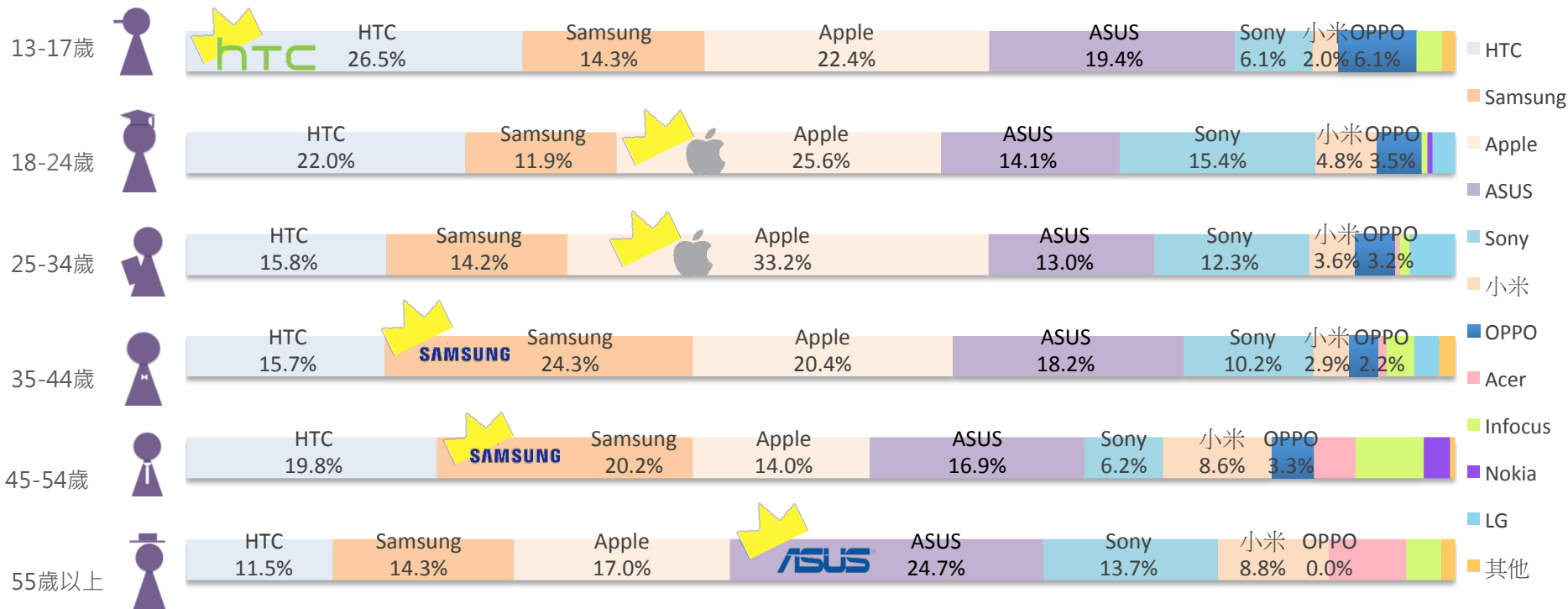


- 根據2017Q2的調查發現，Apple、HTC與Samsung以及ASUS為我國行動族群最常使用的四大手機品牌
- 與去年同期比較，ASUS市占率上升幅度最多，推測可能因推出多款孝親機款有關，Samsung、小米、OPPO也有微幅上升。值得注意的是，第二名的HTC雖然仍有超過兩成的占比，但也是下滑最多的品牌，幾款主打機型銷量不佳的影響下，國產第一品牌的地位已動搖。



Q：請問您目前「最主要」使用的智慧型手機品牌為何？

智慧型手機品牌X年齡層

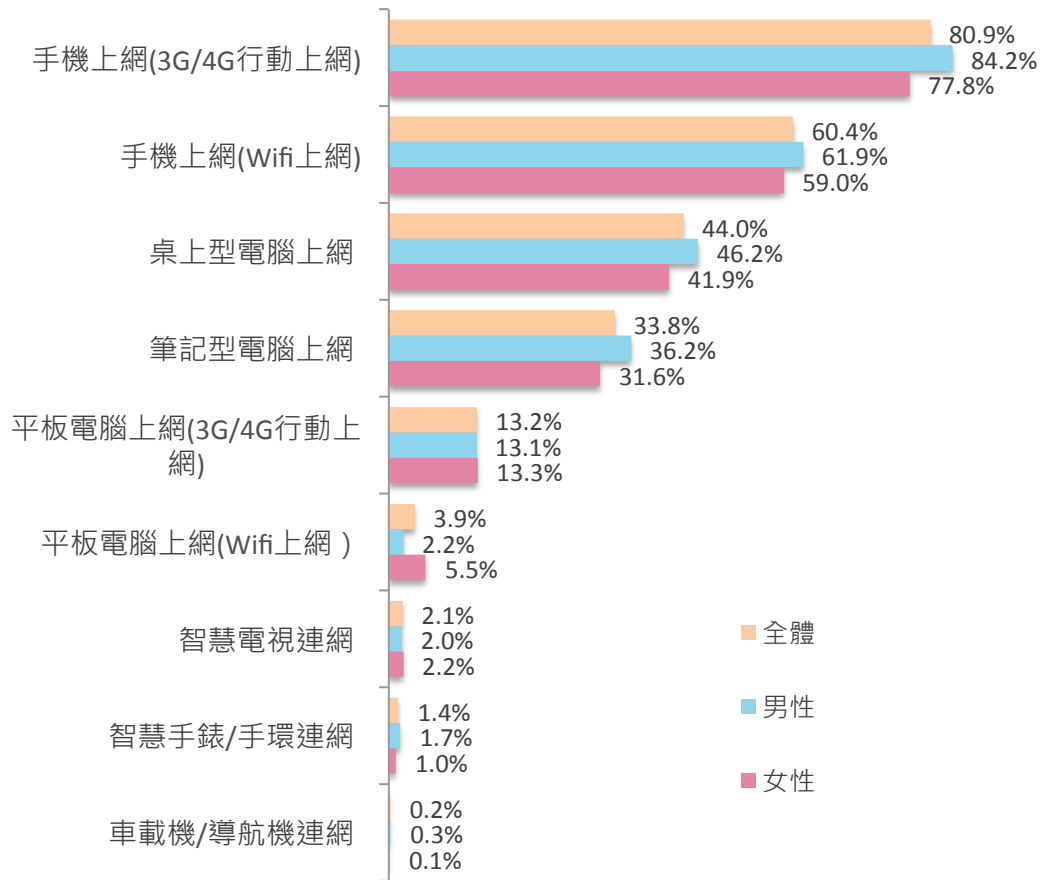


不同年齡層愛用的手機品牌明顯不同，13-17歲族群以HTC使用比例最高，18-34歲則是Apple，而35-54歲為Samsung，55歲以上則以ASUS為最常使用的手機品牌。

Q：請問您目前「最主要」使用的智慧型手機品牌為何？

全體 n=1,316

連網方式-各裝置比較



- 無論透過何種聯網方式，**手機**已成為最常用的上網工具
- 以單一裝置而言，手機已取代電腦，成為台灣行動族群最常使用的連網工具。在各大電信長期以行動上網吃到飽專案促銷的帶動下，**有八成的人會透過手機行動上網**，而手機族群六成有使用WIFI上網的習慣。

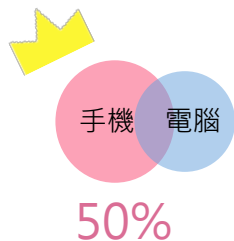


- 整體而言，**男性上網的多樣性高於女性**，在手機上網（3G/4G以及Wifi）和電腦上網（桌上型及筆記型）的比例上都明顯高於女性。
- **女性則是在平板上網部分較為突出**，比例高於男性

連網方式-綜合比較

約1/2的人會運用手機及電腦等不同裝置上網

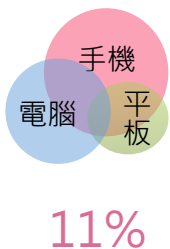
但有1/3的手機用戶，僅透過手機單一裝置連網!



手機 + 電腦是最常見的上網組合，戶外行動上網、到室內定點就改以Wifi連網的行為模式最為常見，約佔整體的一半。



僅用手机上網的人佔了1/3強!現今手機在日常生活使用機能上已可媲美電腦，加上方便攜帶的優勢，成為上網模式的單項比例最高。**學生族群為僅用手机上網的比例高達73%**



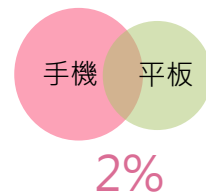
手機 + 電腦 + 平板多種裝置上網的人也有一成，平板的總使用比例是17%，也就是說有平板的使用者幾乎都是多螢連網!此外，最常使用使用平板上網的族群為軍警公教族群 (26%)



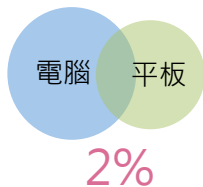
手機不拿來連網，**僅用PC上網的人仍有1%。**



手機不拿來連網，也不用電腦上網，**僅用平板上網的人也有1.0%。**



平板是否有能力取代電腦？手機+平板的組合比例為2%，佔平板總使用的九分之一，這群人**完全利用行動載具連網**，已不再透過筆電或桌機，PC對其而言幾乎已被取代。



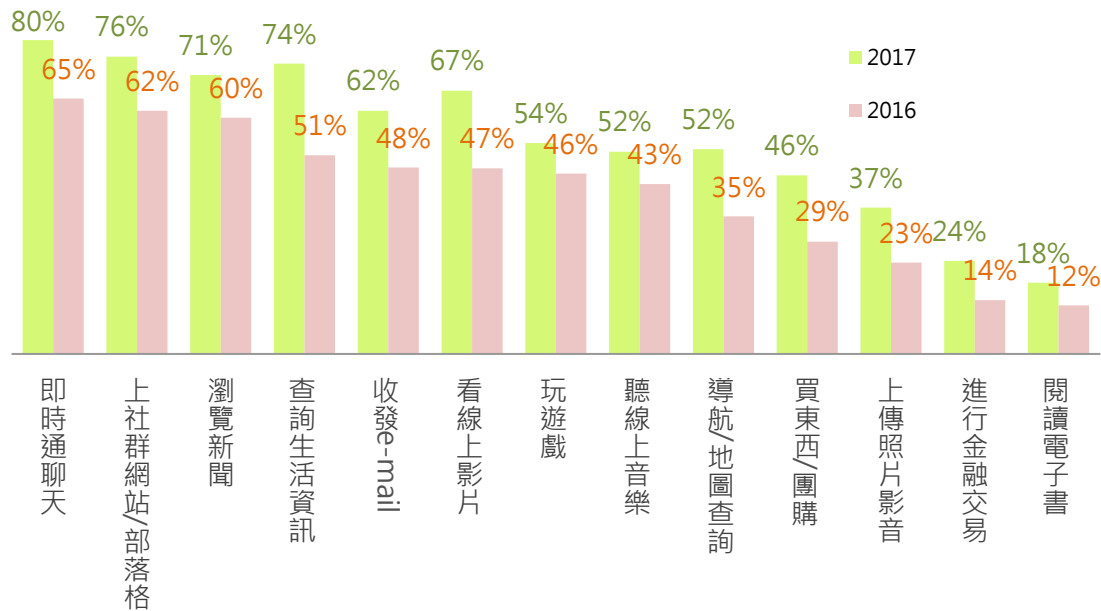
手機不拿來連網，而是用平板或PC連網的人約為1.5%。

行動裝置的主要活動

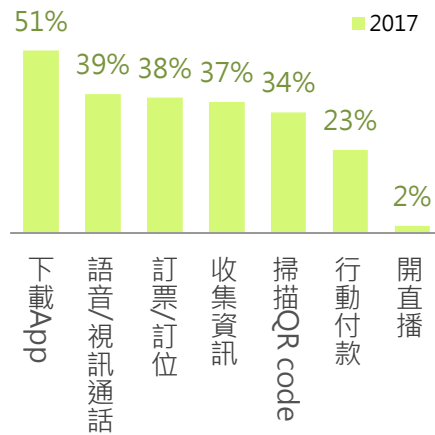


即時通訊與社交活動仍為國人最常進行的活動！！

跟去年比較...



2017新增調查項目！！！！



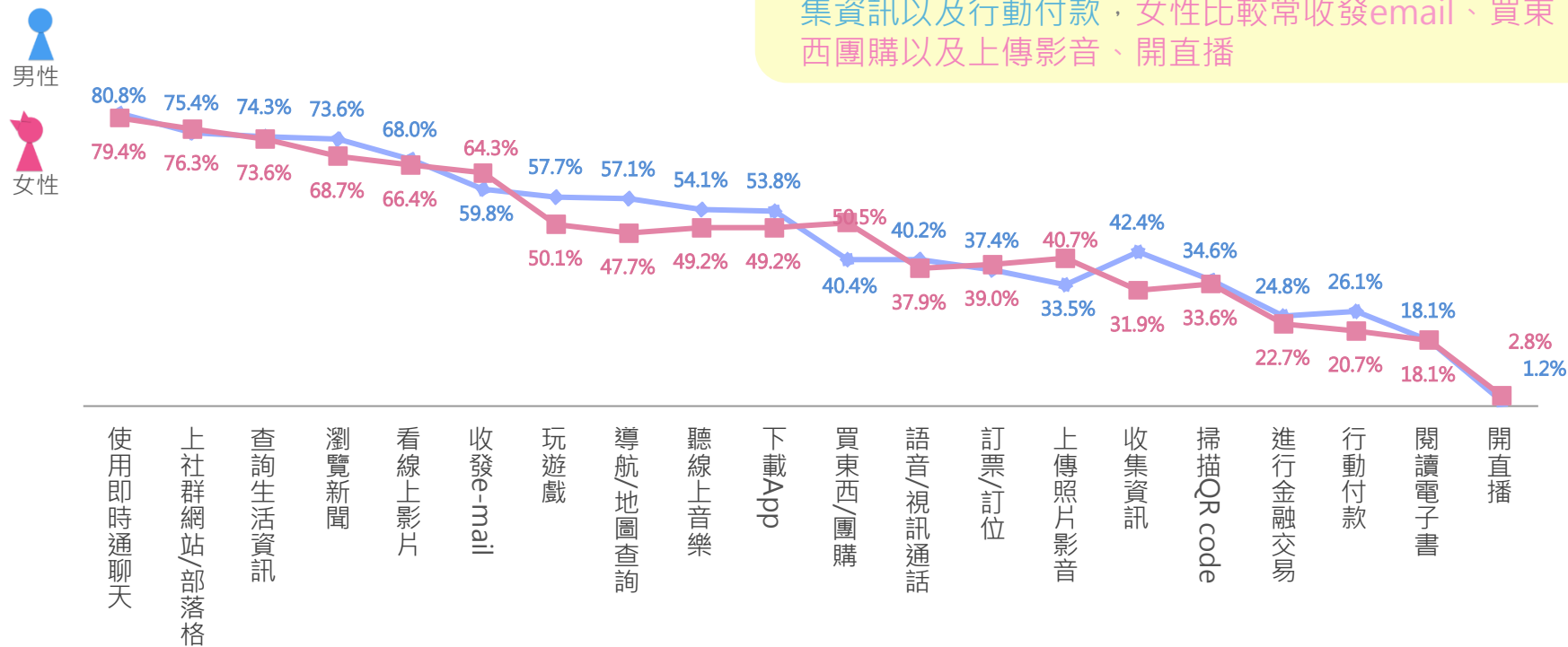
4G網路變得普及，大眾的上網活動比例大幅上升，特別是**需要高速流量的上網行為比例衝高**，如看線上影片、玩遊戲和聽線上音樂等，此外，生活資訊實用型的APP越來越多元，也使得查詢生活資訊的比例跟著增加

新項目多為舊的項目進行細分，然而**行動付款以及開直播**是今年新興的熱門話題，雖然比例不多仍值得觀察

行動裝置的主要活動 X 性別



以性別相互比較，男性比較常上網瀏覽看新聞、玩遊戲、導航地圖查詢、聽線上音樂、為工作/課業收集資訊以及行動付款，女性比較常收發email、買東西團購以及上傳影音、開直播

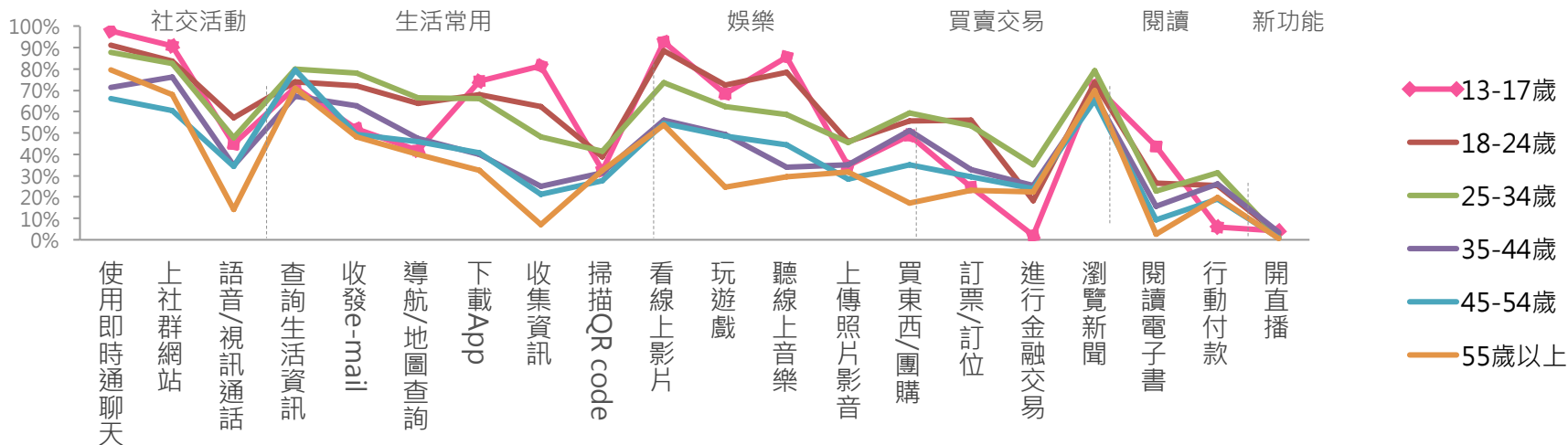


行動裝置的主要活動 X 年齡層



社交活動為國人最常見的上網活動，查詢生活資訊以及瀏覽新聞也有較高的比例。

- 以年齡來看，年輕族群以娛樂為主，年長族群則是以生活常用為主



13-17歲

此年齡多為學生，以娛樂和生活常用為主，在下載APP (74.5%)、**收集資訊 (81.6%)**、**看線上影片 (92.9%)**、**聽線上音樂 (85.7%)** 以及閱讀電子書 (43.9%) 與其他族群有明顯差異



25-34歲

此年齡剛出社會，以生活常用和買賣交易為主，在**收發email (72.2%)**、導航地圖查詢、掃描QRcode (66.4%)、上傳照片影音 (45.8%)、買東西團購 (59.3%)、進行金融交易 (18.5%) 及**行動付款 (25.6%)** 與其他族群有明顯差異



45-54歲

此年齡步入中年，以**查詢生活資訊 (79.4%)** 和上網瀏覽新聞 (65.4%) 為最高比例並與其他族群顯著不同



18-24歲

此年齡多為大學生，以娛樂為主，在語音通話 (57.3%)、**玩遊戲 (72.7%)**、訂票訂位 (55.9%)、看線上影片 (88.5%) 以及**聽線上音樂 (78.4%)** 與其他族群有明顯差異



35-44歲

此年齡多為就業中，較少特別突出的類別，在收發email (62.6%)、**買東西團購 (51.1%)** 以及開直播 (3.5%) 與其他族群有明顯差異



55歲以上

此年齡為中年步入老年，上網比例不如其他族群，以查使用即時通訊 (79.7%)、查詢生活資訊 (70.9%) 和上網瀏覽新聞 (69.8%) 為最高比例

Q：您平時會透過手機或平板電腦上網進行哪些活動？

全體 n=1,316

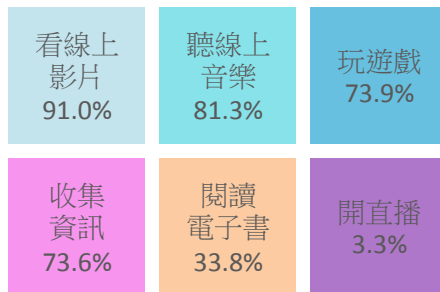
行動裝置的主要活動 X 職業



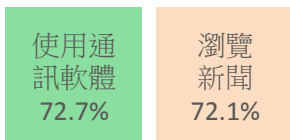
一般白領族
(以社交活動為主)



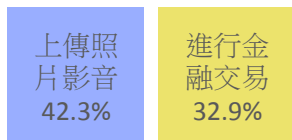
勞動工作者
(以生活常用為主)



學生族群
(以娛樂為主)



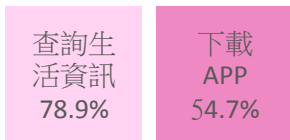
家庭主婦
(以社交活動為主)



高階白領/老闆
(以買賣交易為主)



軍警公教
(以生活常用為主)



退休/待業
(以生活常用為主)

- 分類顏色：
 - 社交活動 (綠色系)
 - 生活常用 (粉紅色系)
 - 娛樂 (藍色系)
 - 買賣交易 (黃色系)
 - 閱讀 (橘色系)
 - 新功能 (紫色系)



整體而言，使用通訊軟體和查詢生活資訊為最主要兩項，學生族群的上網活動比例最多元，一般上班族和家庭主婦則是高度倚重通訊軟體與人互動。

調查小結

- 不同世代的人手中的行動裝置運用情形各具特色：
 - 年輕學生族群高度倚賴手機完成生活中的大小事，手機是上網的唯一裝置比重很高，而各種行動娛樂也都在小螢幕中達到滿足，舉凡影片、音樂和遊戲皆是，甚至以**文字/圖案取代語音的溝通模式**，PC被取代性高。
 - 25-44歲的社會中堅族群，手機選用國產品牌的比例相對較低。而**手機的用途較偏向工具型以及提供生活便利性的功能**，如email聯繫/辦公、地圖查詢、網購等，這群人的消費力不低，結合行動裝置的行銷導購將有效觸及這群人。
 - 45歲以上的族群，相較其他年齡層有較高比例使用華碩和小米手機，也顯示這兩品牌在主打孝親用途的機種帶動下，有不錯的成效。而中高年齡層的使用者，手機的定位較偏向**社交以及新聞/生活資訊的提供**，用來作為娛樂的用途則相對較低。
- 在人手一機的時代，上網工具變得更加具有集中性，拋開笨重的PC、**只靠行動裝置連網的比例越來越高**，日後服務的提供對於行動族群的需求設計將更顯重要。

您可能還會感興趣的相關內容：

更多精彩內容請上

<http://datayogurt.tw/>



DataYogurt
資料優格